



# **MASTER INFORMATION COMMUNICATION**

## **Guide de l'étudiant**

**2023-2024**

Université de Haute Alsace  
Faculté des Sciences Économiques, Sociales et Juridiques - Campus Fonderie  
Département Information et Communication  
16 rue de la Fonderie - 68200 MULHOUSE  
[www.campus-fonderie.uha.fr](http://www.campus-fonderie.uha.fr)

# SOMMAIRE

<b>PRESENTATION DE LA FORMATION</b>	<b>4</b>
Objectifs de la formation .....	4
Compétences.....	4
Débouchés .....	5
<b>ORGANISATION PEDAGOGIQUE ET LISTE DES INTERVENANTS</b>	<b>6</b>
Contacts .....	6
Mobilités internationales .....	7
Ressources en ligne .....	8
Liste des intervenants.....	9
<b>PROGRAMME PEDAGOGIQUE DU MASTER</b>	<b>10</b>
<b>PRESENTATION DES UNITES D'ENSEIGNEMENT</b>	<b>11</b>
<b>ACTIVITES DE RECHERCHE</b>	<b>14</b>
Le CRESAT.....	14
Poursuite d'études post master .....	15
<b>INFORMATIONS PRATIQUES</b>	<b>16</b>
E-services et compte informatique .....	16
Boîte E-mail .....	16
La carte Culture (dispositif à vérifier) .....	16
<b>INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES AUX REGLES DE L'UHA</b>	<b>17</b>
I - Inscription pédagogique semestrielle.....	17
II – Modalités de contrôle des connaissances (MCC) .....	17
III – Gestion des absences .....	17
IV– Distribution des relevés de notes.....	18
V - Diffusion de l'information .....	18
VI – Changement de coordonnées .....	18

VII – Étudiant(e)s ayant droit à des aménagements d'examen .....	18
VIII – Étudiant(e)s Bienvenue en France (Campus France) .....	18
<b>DATES IMPORTANTES DE L'ANNEE</b>	<b>19</b>

# Présentation de la formation

## Objectifs de la formation

Le Master Information Communication proposé par l'Université de Haute Alsace sur le Campus Fonderie, à la croisée des technologies numériques et des enjeux de communication, est construit pour permettre à ses titulaires d'être à la fois créatifs et en mesure d'assumer les fonctions de chargé de communication et chef de projet numérique. Ses diplômés sont en mesure de concevoir et de développer finement le lien entre, d'une part, les outils mis en œuvre dans le champ de la communication et de l'édition de contenu et, d'autre part, les stratégies mises en place par les organisations, que celles-ci soient des entreprises, petites ou grandes, des organisations publiques ou parapubliques, culturelles ou des associations.

A travers cette formation de niveau Master, il s'agit donc de devenir un(e) généraliste des problématiques communicationnelles et médiatiques contemporaines et surtout un(e) spécialiste de la valorisation du contenu et des dispositifs numériques, d'élaborer des stratégies et des productions impliquant et articulant différents supports, et notamment les supports numériques : sites internet, réseaux sociaux, plates formes diverses, webdocs, programmes de e-learning. Il s'agit aussi d'être en mesure de mettre des mots sur des phénomènes complexes, d'analyser les résultats (données d'usage, trafic...) afin d'adapter son action.

Nos diplômés peuvent réaliser leurs missions :

- Auprès de la direction de la communication, de la direction artistique ou de la direction produit au sein d'une organisation éditant des contenus pour elle-même (entreprise, organisation publique, culturelle ou associative).
- En assurant une mission de conseil ou de sous-traitance pour une autre organisation (en agence, entreprise ou à titre individuel)

## Compétences

Ce cursus de Master vise à développer chez les étudiant(e)s les compétences suivantes :

- Diagnostiquer finement les contextes de communication et les attentes des publics dans leurs dimensions techniques, culturelles et économiques
- Élaborer des scénarios stratégiques en fonction du contexte et des orientations spécifiques à chaque organisation
- Mettre en œuvre la stratégie choisie en réalisant les messages et supports avec les outils adaptés
- Conduire la communication des équipes techniques et de conception
- Comprendre et interpréter les enjeux contemporains de l'information et de la communication et des médias

Ces compétences en impliquent d'autres :

- Être capable d'abstraction et de modélisation
- Mettre en pratique ses connaissances technologiques générales (outils de gestion de l'information et conception multimédia)
- Mener des études de faisabilité et à élaborer des cahiers de charges, identification des outils adaptés
- Construire une ingénierie du document et ingénierie pédagogique : création, scénarisation pédagogique et documentaire, didactique/conception pédagogique ; définir des objectifs et des stratégies de médiatisation pour chaque élément de contenu
- Maîtriser des concepts et des techniques d'architecture des réseaux
- Connaître le langage HTML, des CMS et logiciels de traitement de l'image et du graphisme

## Débouchés

Ce Master peut initier une carrière professionnelle dans le domaine de la communication et des médias numériques :

- Chargé(e) de communication (web, événementielle, politique, culturelle, interne, externe)
- Chef(fe) de projet Médias Numériques (Chef de projet opérationnel en entreprise. Consultant en agence de communication)
- Responsable de la communication scientifique
- Concepteur(ice) Rédacteur Multimédia
- Responsable éditorial multi-support
- Responsable Médias sociaux, *Community manager*
- Consultant(e) en analyse data (web, média...)
- Animateur(rice) de systèmes d'information
- Responsable e-réputation, *Traffic Manager*
- Chargé(e) de réalisation, de programmation en audiovisuel ou multimédia
- Chef(fe) de projet e-learning, Ingénieur(e) pédagogique

Cette formation autorise également une insertion en tant que chef de projet multimédia dans l'édition ou dans le secteur de la transmission du savoir et de l'éducation à et par l'image, à la fois dans les milieux culturels (associations, centres de formation, musées, conservatoires d'images) et dans tout autre domaine, privé ou public, institutionnel ou non, où les images sont un enjeu ou un outil de formation.

## Mémoires

Ce cursus de Master s'articule autour de la production d'un mémoire, en deux étapes par année d'étude. Chacune de ces deux productions donne lieu à une soutenance. Ce travail de préparation, puis de défense du mémoire, implique à la fois des recherches bibliographiques précises, une insertion dans le champ des Sciences de l'Information et de la Communication, un questionnement des pratiques contemporaines et un travail d'écriture sur le long terme. Ce travail fait l'objet d'un suivi individualisé et d'un livret à part. Vous devez être attentifs à l'exigence de cet exercice et à l'aide essentielle que pourra représenter la liste de recommandations bibliographiques proposée par l'équipe pédagogique. Cette liste disponible sur Moodle pourra servir de point de départ à l'élaboration progressive du projet de mémoire. La formation s'insère pleinement dans les humanités numériques<sup>1</sup> et *digital studies*<sup>2</sup> et permet de développer une réflexivité nourrie des sciences de l'information et de la communication<sup>3</sup> pour comprendre les mutations contemporaines.

Quelques exemples de sujets :

- *Le rôle des communicants dans la construction médiatique des personnalités politiques*
- *Les freins des jeunes consommatrices françaises permettent-ils une transition vers une mode plus responsable ?*
- *Faire corps avec le jeu vidéo : pratiques et discours médiatiques : Le cas du handicap et de l'accessibilité aux jeux vidéo*
- *L'usage des outils numériques au sein des agences de voyages pour répondre aux nouvelles exigences des touristes et favoriser la cocréation de l'expérience touristique*
- *La représentation du journalisme d'investigation dans l'industrie culturelle qu'est le cinéma*
- *Expositions immersives et interactives, vers l'évolution de la médiation culturelle ?*
- *Enjeux de communication des chartes éthiques sur l'utilisation de l'intelligence artificielle*
- *Les comptes d'actualité sur Instagram : Une comparaison franco-allemande ...*

---

1 Paquienséguy, F., & Pélissier, N. (Éds). (2021). Questionner les humanités numériques. (Paris): Édition électronique SFSIC-CPDirSIC. Repéré à <https://www.sfsic.org/wp-inside/uploads/2021/06/questionner-humanites-numeriques.pdf>

2 Stiegler, B. (Éd.). (2014). Digital studies : Organologie des savoirs et technologies de la connaissance. Limoges, France: Fyp éditions.

3 Walter, J., Douyère, D., Bouillon, J.-L., & Ollivier-Yaniv, C. (2018). Dynamiques des recherches en sciences de l'information et de la communication. (S.l.): Conférence permanente des directeurs-trices des unités de recherche en sciences de l'information et de la communication (CPDirSIC). Repéré à <https://hal.univ-lorraine.fr/hal-01885229>

# Organisation pédagogique et liste des intervenants

## Contacts

### Scolarité du master :

Odile KPODEME

Contact : [odile.kpodeme@uha.fr](mailto:odile.kpodeme@uha.fr) ; Tél. +33 (0)3 89 56 82 26

### Responsable du master Information Communication :

Carsten WILHELM, Maître de Conférences en Sciences de l'information et de la communication

Contact : [carsten.wilhelm@uha.fr](mailto:carsten.wilhelm@uha.fr)

### Responsable pédagogique du master – première année :

Sabine BOSLER, Maîtresse de Conférences en Sciences de l'information et de la communication

Contact : [sabine.bosler@uha.fr](mailto:sabine.bosler@uha.fr)

### Responsable pédagogique du master – deuxième année :

Carsten WILHELM, Maître de Conférences en Sciences de l'information et de la communication

Contact : [carsten.wilhelm@uha.fr](mailto:carsten.wilhelm@uha.fr)

### Coordination des mobilités internationales

Julia Lorber-O'Neill, [julia.lorber-oneill@uha.fr](mailto:julia.lorber-oneill@uha.fr) et Carsten Wilhelm, [carsten.wilhelm@uha.fr](mailto:carsten.wilhelm@uha.fr)

**Responsable informatique** – Équipe DNUM à la FSESJ 03 89 56 82 82 , Par mail : [informatique.fsesj@uha.fr](mailto:informatique.fsesj@uha.fr)

### Vie étudiante :

Icom est l'association des étudiants en information-communication de la Fonderie

Page instagram : [icom\\_fonderie/](https://www.instagram.com/icom_fonderie/)

Contact : Louane ATIENZA, ancienne étudiante du Master promotion 2023, [louanne.atienza@uha.fr](mailto:louanne.atienza@uha.fr)

### Délégués de promotion

L'élection des délégué(e)s de promotion aura lieu à une date à fixer ultérieurement au premier semestre. Chaque promotion (L3, M1, M2, MEEF) en désignera deux. Le rôle de ces délégué(e)s est de faire le pont entre les étudiants et l'équipe enseignante. Ils et elles transmettent notamment toute information utile relative à d'éventuelles difficultés rencontrées collectivement et aux ajustements souhaités pour l'amélioration de la formation. Ils et elles participent également au Conseil de perfectionnement du master qui se réunit chaque fin d'année pour discuter des modifications à apporter à la maquette du master.

## Mobilités internationales

### Les échanges transfrontaliers. Une UE libre dédiée

L'Université de Haute-Alsace est membre d'Eucor – Le Campus européen qui rassemble les Universités françaises, allemandes et suisses de Mulhouse, Strasbourg, Fribourg-en-Brisgau, Karlsruhe et Bâle.

Cette convention permet notamment aux étudiant(e)s de l'UHA de personnaliser leur cursus en l'enrichissant par des cours proposés par les universités partenaires. Chaque année une dizaine d'étudiant(e)s de la Fonderie suivent ainsi l'**UE libre transfrontalière**. Cette dernière leur permet de **fréquenter chaque semaine un cours à l'Université de Bâle ou de Fribourg** sans avoir à s'acquitter de frais de déplacement ou de scolarité.

L'inscription a lieu à la rentrée au moment du choix des UE libres.

Pour plus de renseignements : <http://www.novatris.uha.fr/index.php/mobilites/mobilite-des-etudiants/ue-libre-transfrontaliere/>

### Les séjours d'études à l'étranger

Le département information-communication encourage également vivement ses étudiant(e)s à effectuer un semestre de mobilité à l'étranger durant leur cursus. Ce dernier a généralement lieu en deuxième année.

Ces échanges s'inscrivent dans deux cadres, selon la destination souhaitée.

- **Le Programme Erasmus+** permet un semestre ou une année de mobilité dans une université européenne. Le département information-communication a établi des conventions avec des Universités allemandes (Cologne, Marburg, Illmenau, Greifswald), roumaines (Cluj) et grecques (Athènes). La préparation et le dépôt des candidatures ont lieu entre novembre et février, la sélection des dossiers de mars à juillet.
- **Le programme BCI** permet des semestres d'échange avec les Universités du Québec (Université de Sherbrooke, Université du Québec à Montréal, Université du Québec à Abitibi-Témiscamingue, Université de Rimouski, Université de Laval...)

Pour plus de renseignements : <http://www.uha.fr/international/mobilites/partir-a-letranger/etudes>

### Coordination des mobilités internationales

Julia Lorber-O'Neill, [julia.lorber-oneill@uha.fr](mailto:julia.lorber-oneill@uha.fr) et Carsten Wilhelm, [carsten.wilhelm@uha.fr](mailto:carsten.wilhelm@uha.fr)

## Ressources en ligne

### Page du département sur le site de la Fonderie

[www.campus-fonderie.uha.fr](http://www.campus-fonderie.uha.fr)

Onglet "Information & Communication"

### Plateforme d'enseignement en ligne : MOODLE

La plateforme d'enseignement MOODLE est accessible à l'adresse suivante :

[www.e-formation.uha.fr](http://www.e-formation.uha.fr) (ou via le portail e-services.uha.fr).

Vous y trouverez vos supports de cours et de nombreuses informations à leur propos.

Vous y soumettez également vos réalisations en vue de toute mutualisation ou évaluation.

Moodle permet à certaines évaluations d'avoir lieu en ligne, soit depuis chez vous, soit depuis les salles informatiques de la Fonderie selon les modalités décidées par l'enseignant.

Moodle intègre un outil anti-plagiat.

### Actualité du département et veille professionnelle

**Sur LinkedIn :** [Université de Haute Alsace - Departement Information-Communication](#)

Ce groupe est réservé aux étudiant(e)s du département, aux ancien(e)s et aux intervenant(e)s. Il permet la mutualisation d'une veille professionnelle avec notamment une veille métier et des offres de stages et d'apprentissage proposées par les anciens ou les contacts de l'équipe pédagogique. Sur le long terme, il est un trait d'union entre les ancien(e)s et nos formations.

**Sur Facebook :** [UHA.InformationCommunication](#)

Cette page regroupe des posts sur la vie des formations ainsi qu'une sélection d'articles vous permettant de développer au fur et à mesure votre culture professionnelle. Elle est animée avec l'appui des étudiant(e)s du département, notamment dans le cadre d'un projet tuteuré de M1.

**Sur Instagram :** [uha.infocom](#)

Cette page est encore en projet mais gagne à être développée avec l'appui des étudiants, notamment dans des projets tuteurés.

### Learning Center de l'Université de Haute Alsace

Les étudiant(e)s du département sont invité(e)s à tirer profit des ressources proposées par le Learning Center, notamment pour organiser leur nécessaire veille ainsi que pour la recherche d'informations ponctuelles.

Avec le nouveau bâtiment du Learning Center sur le campus Illberg et la très belle médiathèque de la Fonderie, vous bénéficiez d'un cadre d'étude idéal pour travailler dans un contexte favorable, avec un fonds documentaire spécialisé à votre disposition. Le site du Learning Center ([www.learning-center.uha.fr](http://www.learning-center.uha.fr)) vous permet d'accéder au catalogue des ressources disponibles et aux bases de données de presse et de recherche indispensables à vos travaux.



## Liste des intervenants

\*(liste non exhaustive)

### Département Information-communication Campus Fonderie :

BEASSE, Muriel, Maîtresse de conférences en SIC, UHA

BOSLER, Sabine, Maîtresse de conférences en SIC, UHA

MITROPOULOU, Eleni, Professeure des universités en SIC, UHA

WILHELM, Carsten, Maître de conférences en SIC, UHA

### Enseignants-Chercheurs externes au département :

BONNET Fabien, Maître de conférences en SIC, Université de Bourgogne

CHAVOT, Philippe, Maître de conférences en SIC, Université de Strasbourg

FAUCONNIER Clémentine, Maîtresse de conférences en Science politiques, Campus Fonderie, UHA

FAVRO Karine, Professeure en Droit, spécialiste des médias numériques, Campus Fonderie, UHA

LORBER-O'Neill Julia, PRAG, Anglais, UHA

REY Bénédicte, Maîtresse de conférences, Université Technique de Belfort-Montbéliard

SADOK Hocine, Maître de conférences en droit, UHA

THEVENIN, Olivier, Professeur des universités en sociologie de la culture, Université Sorbonne nouvelle

VIALLOON Philippe, Professeur des universités en SIC, IUT Robert Schuman Illkirch, Université de Strasbourg

WEBER Jonathan, Maître de conférences HDR en informatique, UHA.

### Intervenants professionnels :

BOBILLIER Stéphane, creat lab, formateur, animation d'équipes

COFFRE Julia, Designer et Maitresse de conférence associée

D'OURS Sabine Frantz, Responsable communication, Agence Culturelle d'Alsace

HIDALGO Jérôme, Formateur numérique et accompagnateur en eLearning

JANTET Noël, Consultant en marketing digital, Idealweb

JOLLEY Tony, formateur indépendant, anglais

MADINIER David, Journaliste, Radio Nostalgie

MANDIRAC, Nathalie, Assistante Délégation du Territoire chez Collectivité européenne d'Alsace, graphisme

MANCHEMATIN Stéphane, réalisateur, producteur de documentaires à France Culture

MATOUA, Anaïs, Research Consultant, M-Brain Group

MORAIS Céline, Responsable marketing de l'offre et expérience, CITEO

LHOTE, Romain, Directeur Marketing Client, Hebdo L'Equipe

NUNES, Marina, correspondante locale de presse, chargée du service communication et marketing territorial

OUMEDJKANE Nina, Attachée de Presse, Ville de Mulhouse

SABOUR Feiza, Chef de projets web, ADISPO

SCHACKIS Chrystel, Directrice de la communication, Ville de Mulhouse, Communication Ville de Mulhouse

TRZEBIATOWSKI Philippe, Producteur indépendant

## Programme pédagogique du Master

<b>Master 1 – Semestre 1 – 30 ECTS</b>					
UE 1 - 48h Coeff 2 (9 ECTS)	UE 2 – 70h Coeff 2 (9 ECTS)	UE 3 - 20h Coeff 2 (3 ECTS)	UE 4 – 24h Coeff 2 (3 ECTS)	UE 5 – 24h Coeff 2 (3 ECTS)	UE 6 - 24h Coeff 2 (3 ECTS)
Sciences de l'information et de la communication	Cultures et édition numériques	Gestion des données en organisation	Enquêtes et pratiques réflexives	Connaissances transversales	LV1 Anglais
<b>Master 1 – Semestre 2 – 30 ECTS</b>					
UE 1 - 42h Coeff 3 (6 ECTS)	UE 2 – 55h Coeff 3 (6 ECTS)	UE 3 – 72h Coeff 2 (6 ECTS)	UE 4 – 49h Coeff 2 (3 ECTS)	UE5 Mémoire Stage/ Apprentissage  Coeff 3 (6 ECTS)	UE 6 - 24h Coeff 2 (3 ECTS)
Sciences de l'information et de la communication	Cultures et édition numériques	Conception des médias numériques	Connaissances transversales	Pratiques professionnelles et réflexivité	LV1 Anglais
<b>Master 2 – Semestre 3 – 30 ECTS</b>					
UE 1 – 42h Coeff 3 (6 ECTS)	UE 2 – 64h Coeff 2 (6 ECTS)	UE 3 – 22h Coeff 2 (6 ECTS)	UE 4 – 18h Coeff 2 (6 ECTS)	Parcours CEN UE 5 – 60h Coeff 3 (6 ECTS)	
Pratiques sociales des médias numériques	Management de projet	Méthodologie de la recherche	Compétences transversales - Langue vivante	Production numérique et éditorialisation	
<b>Master 2 – Semestre 4 – 30 ECTS</b>					
UE 6 – 70h Coeff 3 (6 ECTS)	UE 7 – 22h Coeff 2 – (3 ECTS)	UE 8 – 42h Coeff 2 (6 ECTS)	Parcours CEN  UE9 – 60h Coeff 2 (6 ECTS)	Parcours CEN  UE 10 – 12h Coeff 2(3 ECTS)	UE 11 Coeff 5 (6 ECTS) Mémoire Stage Apprentissage
Management de la communication	Méthodologie de la recherche	Ancrage social de l'édition numérique	Pratiques de la communication	LV 1 Lansad	Pratiques et situations professionnelles

## Présentation des unités d'enseignement

Semestre 1	Intitulé	Coeff	ECTS	Heures	Intervenants
<b>UE 1</b>	<b>Sciences de l'information et de la communication</b>	<b>2</b>	<b>9</b>	<b>48</b>	
	Histoire, théories et auteurs des SIC	1		12	Eleni Mitropoulou
	Communication des organisations	1		18	Muriel Béasse
	Cadre juridique des médias numériques	1		12	Karine Favro
				6	Benedicte Rey
	Conférences en Communication (cours obligatoire) <i>Selon programmation annuelle en S1 ou S2 ou les deux</i>	1			Invités
<b>UE 2</b>	<b>Cultures et édition numériques</b>	<b>2</b>	<b>9</b>	<b>70</b>	
	Écritures numériques	2		15	
	Production et diffusion audiovisuelles (Partie 1)	1		20	Philippe Trzebiatowski
	Design graphique et PAO	1		15	Nathalie Mandirac
	Conception et création de sites web	1		20	Noël Jantet
<b>UE 3</b>	<b>Gestion des données en organisation</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>20</b>	
	Analyse de données web	1		12	Noël Jantet
	Données personnelles et RGPD	1		8	Carsten Wilhelm
<b>UE 4</b>	<b>Enquêtes et pratiques réflexives</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>24</b>	
	Enquêtes et Sondages	1		12	Sabine Bosler Carsten Wilhelm
	Préparation au mémoire	1		12	Sabine Bosler
<b>UE 5</b>	<b>Connaissances transversales</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>24</b>	
	Socio-histoire des cultures numériques	1		12	Carsten Wilhelm
	Projets internationaux en communication	1		12	Carsten Wilhelm
<b>UE 6</b>	<b>Langue vivante</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>24</b>	
	Anglais <sup>4</sup>	1		24	Wazhma Akhtari

<sup>4</sup> L'Allemand peut être suivi en complément de l'Anglais, sous la forme d'une UE libre (avec évaluation) ou en auditeur libre. Les groupes de niveau sont constitués dès la rentrée sur la base d'un [test disponible en ligne](#). Merci de contacter Julia Lorber-O'Neill : [julia.lorber-oneill@uha.fr](mailto:julia.lorber-oneill@uha.fr)

Semestre 2	Intitulé	Coeff	ECTS	Heures	Intervenants
<b>UE 1</b>	<b>Sciences de l'information et de la communication</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>42</b>	
	Sémiotique et communication	1		14	Eleni Mitropoulou
	Socioeconomics of the digital media industry [ <i>en anglais</i> ]	1		14	Carsten Wilhelm
	Communication des organisations (Partie 2)	1		14	Muriel Béasse
	Conférences en Communication (cours obligatoire) <i>Selon programmation annuelle en S1 ou S2 ou les deux</i> Conférences en Sciences Politiques (UE libre conseillée)	1			Invités
<b>UE 2</b>	<b>Cultures et édition numériques</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>52</b>	
	Écritures numériques	2	6	15	
	Design graphique et PAO	1		15	Nathalie Mandirac
	Relations publiques	1		15	Nina Oumedjkane
	Ecriture radiophonique	1		10	David Madinier
<b>UE 3</b>	<b>Conception de médias numériques</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>72</b>	
	Sites web et CMS	1		18	Noël Jantet
	Applications mobiles	1		12	Joël Bohrer
	Webdesign avancé	1		18	Noël Jantet
	Production et diffusion audiovisuelle (Partie 2)	1		24	Philippe Trzebiatowski
<b>UE 4</b>	<b>Connaissances transversales</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>49</b>	
	Anthropologie et sociologie des usages	1		12	Carsten Wilhelm
	Responsabilité sociale des entreprises	1		10	Céline Morais
	Stratégies et outils de veille	1		15	Anaïs Matoua
	Modèles et structures des organisations	1		12	Sabine Bosler
<b>UE 5</b>	<b>Pratiques professionnelles et réflexivité</b>	<b>3</b>	<b>6</b>		
	Alternance / Stage (4-6 mois) et rapport	1			
	Mémoire et soutenance	5			
<b>UE 6</b>	<b>Langue vivante</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>24</b>	
	Anglais	1		24	Julia Lorber-O'Neill

Semestre 3	Intitulé	Coeff	ECTS	Heures	Intervenants
<b>UE 1</b>	<b>Pratiques sociales des médias numériques</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>42</b>	
	Sémiotique des discours	1		12	Eleni Mitropoulou
	Communication des organisations (partie 3)	1		12	Fabien Bonnet
	Interculturalité et communication	1		18	Carsten Wilhelm
<b>UE 2</b>	<b>Management de projet</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>64</b>	
	Gestion des équipes projet	1		22	Stéphane Bobillier
	Écriture numérique	1		12	
	Management de projet : Outils et méthodes	1		30	Feiza Sabour
<b>UE 3</b>	<b>Méthodologie de la recherche</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>22</b>	
	Méthodologies d'enquête et démarches de recherche	1		14	Sabine Bosler Carsten Wilhelm
	Actualité de la recherche en SIC	1		8	Dept. Infocom
<b>UE 4</b>	<b>Compétences transversales – Langue vivante</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>18</b>	
	Langue vivante : Anglais	1		12	Tony Jolley
	Projet professionnel	1		6	Carsten Wilhelm
<b>UE 5</b>	<b>Production numérique et éditorialisation</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>60</b>	
Parcours CEN	Stratégies de conception et éditorialisation	1		60	Intervenants pro

Conférences en Communication (cours obligatoire) *Selon programmation annuelle en S1 ou S2 ou les deux*

Semestre 4	Intitulé	Coeff	ECTS	Heures	Intervenants
<b>UE 6</b>	<b>Management de projet</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>70</b>	
	Management de projet : gestion financière	1		30	Feiza Sabour
	Écriture numérique	1		12	
	Pratiques de la communication numérique	1		28	Romain Lhote
<b>UE 7</b>	<b>Méthodologie de la recherche</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>22</b>	
	Méthodologies d'enquête et démarches de recherche	1		14	Carsten Wilhelm
	Actualité de la recherche en SIC	1		8	Dept. Infocom
<b>UE 8</b>	<b>Ancrage social de l'édition numérique</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>42</b>	
Parcours CEN	Communiquer par le design	1		14	Eleni Mitropoulou
	Gestion de marque	1		14	Fabien Bonnet
	Innovations : enjeux actuels et controverses	1		14	Carsten Wilhelm
<b>UE 9</b>	<b>Pratiques de la communication</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>60</b>	
Parcours CEN	Conception et éditorialisation	1		60	Intervenants pro
<b>UE 10</b>	<b>Langue vivante</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>12</b>	
	Anglais	1		12	Tony Jolley
<b>UE 12</b>	<b>Pratiques et situations professionnelles</b>	<b>5</b>	<b>6</b>		
	Apprentissage <i>ou</i> stage (4-6 mois) Rapport	2			
	Mémoire et soutenance	4			
	Projet professionnel	1		6	Julia Coffre

Conférences en Communication (cours obligatoire) *Selon programmation annuelle en S1 ou S2 ou les deux*

## Activités de recherche

### Le CRESAT

Les enseignants-chercheurs sont pour la plupart rattachés à un laboratoire de recherche ; ceux du département Information Communication sont membres du CRESAT (Centre de Recherche sur les Économies, les Sociétés, les Arts et les Techniques).



Le CRESAT rassemble une vingtaine d'enseignants-chercheurs, des chercheurs associés et des doctorants appartenant pour l'essentiel aux départements d'information communication et histoire.

Son originalité réside dans la rencontre entre des spécialistes de disciplines diverses, chercheurs en sciences de l'information et de la communication, en histoire de différentes périodes, de l'économie, de la société, de la culture, des sciences et des techniques, en archéologie, et en géographie.

Les recherches en sciences de l'information et de la communication se font essentiellement dans l'équipe **Culture.s et médias : milieux de communication, dispositifs, usages** qui comprend 6 membres de trois disciplines (sciences de l'information et de la communication, droit, économie).

Cette équipe pluridisciplinaire vise à tirer pleinement profit des compétences de ses membres en termes de culture informationnelle et cultures numériques, d'innovation entrepreneuriale, de médiation des savoirs, de responsabilité sociale, interrogeant les dynamiques transculturelles de la circulation internationale du savoir et des concepts, couplés à l'expertise transfrontalière, de la comparaison internationale, ce qui fait d'elle une force d'innovation de la recherche tirant pleinement profit de sa localisation géographique (localement la friche numérique KMO, régionalement la région EUCOR et internationalement les pays voisins ou les partenaires plus lointains ainsi que le consortium EPICUR) et bien sûr de son interdisciplinarité.

Les membres de l'équipe souhaitent renforcer leur complémentarité dans un environnement local marqué par l'évolution des sciences des matériaux et du numérique et interrogent les pratiques de l'écologie numérique ainsi que la responsabilité sociale des entreprises et des politiques publiques pour penser la transition énergétique et écologique vers de nouvelles pratiques.

Un ouvrage collectif s'appuyant sur des travaux de Master 2 en développement durable est en préparation, ainsi qu'un colloque à Mulhouse en partenariat avec la chaire RSE de l'Université du Québec à Montréal autour de la mesure de l'anthropocène.

L'approche par les écologies, de la médiation et des milieux - de la communication, de l'entreprise, des collectivités, des services publics - permet de rendre visible les implicites qui président à l'action et guident les stratégies. Elle invite ainsi à penser les positionnements culturels et communicationnels des acteurs économiques et politiques, et se propose de prendre en compte l'influence des médiations technologiques sur ces mêmes processus dans une perspective comparative.

*Responsable : Carsten Wilhelm*

*Membres : Muriel Béasse, Sabine Bosler, Gérald Cohen, Hocine Sadok, Cécile Robin*

## Poursuite d'études post master

Le Master peut servir d'entrée à une poursuite d'études sous diverses formes (études doctorales, préparation aux concours, spécialisation...). La formation doctorale est sanctionnée par la délivrance du diplôme national de doctorat. Le diplôme, délivré par un établissement public d'enseignement supérieur accrédité, confère à son titulaire le grade et le titre de docteur. Le doctorat est le plus haut diplôme délivré en France.

Le diplôme de doctorat peut s'obtenir dans le cadre de la formation initiale, ou, plus rarement, dans celui de la formation tout au long de la vie.

En plus des compétences scientifiques nécessaires à l'aboutissement d'un travail de recherche, il permet de développer des compétences d'analyse fine de sujets complexes qui ouvrent de grandes perspectives dans une carrière professionnelle. Cette dernière peut être réalisée aussi bien dans la recherche publique, que dans une entreprise ou dans le monde socio-professionnel au sens plus large. Les compétences spécifiques acquises au cours de cette formation permettent d'exercer une activité professionnelle dans tous les domaines d'activités, dans le secteur public (établissements d'enseignement supérieur, instituts de recherche, organisations internationales, etc.) aussi bien que privé (cabinets d'études, cabinets de prospectives, etc.).

Pour une Université transfrontalière telle que la nôtre, ce diplôme, reconnu à l'étranger, présente un réel intérêt pour une insertion professionnelle épanouissante.

### Doctorat en sciences de l'information et de la communication

À la suite d'un parcours probant en Master sciences de l'information et de la communication, une poursuite en doctorat est possible par l'inscription à l'école doctorale de l'UHA.

La formation doctorale est une formation à et par la recherche qui s'envisage comme une expérience professionnelle de recherche. Elle comprend un travail personnel de recherche réalisé par le ou la doctorant.e, complété par des formations complémentaires validées par l'École doctorale. Sa durée est de trois ans en général et en SHS parfois de 4 à 5 ans.

#### Les conditions

- Être titulaire du grade de [master](#) conféré par une université française à l'issue d'un parcours établissant leur aptitude à la recherche.
- Avoir obtenu l'accord écrit d'un directeur de thèse habilité à diriger des recherches et celui du directeur de l'unité de recherche dans laquelle ils envisagent de préparer la thèse.

#### Candidatures et admission en thèse de doctorat

<https://www.uha.fr/fr/recherche/doctorat-1/candidatures-et-admission-en-these.html>

# Informations pratiques

## E-services et compte informatique

La page e-services permet l'accès à de nombreuses ressources en ligne, dont votre emploi du temps et la plate-forme e-learning Moodle.

L'accès à ces services nécessite la création d'un compte informatique.

- <https://www.e-services.uha.fr>
- Login : prenom.nom@uha.fr
- Mot de passe : L'étudiant(e) crée un mot de passe à partir de son adresse personnelle.

## Boîte E-mail

Votre adresse UHA représente l'outil de communication principal pour les échanges entre enseignants et étudiants hors des séances de cours. Dans cette perspective, il est attendu que vous la consultiez très régulièrement, y compris pendant les périodes de congés ou de stage.

Accès à l'interface web via e-services ou [www.e-partage.uha.fr](http://www.e-partage.uha.fr)

Adresse électronique : prenom.nom@uha.fr (en minuscules et sans accents)

Afin de faciliter cette consultation régulière, il est recommandé d'ajouter cette adresse au client mail de votre ordinateur ou smartphone (Outlook, Apple Mail...). Les paramètres à renseigner sont les suivants :

Paramètres IMAP :

- Nom du serveur : e-partage.uha.fr
- Connexion sécurisée : SSL ou SSL/TLS
- Port : 993 (port par défaut)
- Nom d'utilisateur : prenom.nom@uha.fr

Paramètres SMTP :

- Nom du serveur : e-partage.uha.fr
- Connexion sécurisée : SSL ou SSL/TLS
- Port : 465 (port par défaut)
- Nom d'utilisateur : prenom.nom@uha.fr

## La carte Culture (dispositif à vérifier)

Véritable « sésame » de la culture, le dispositif Carte culture donne accès à plus de 80 structures culturelles de la région Alsace à des tarifs préférentiels :

- spectacles et festivals à 6 €,
- cinémas à 3, 4 ou 5 € selon les salles et les séances,
- musées en entrée libre.

Le dispositif Carte culture propose toute l'année une programmation dédiée aux étudiants : visites, rencontres, expositions, spectacles, concerts, performances...

Informations : [www.culture.uha.fr](http://www.culture.uha.fr) et [www.carte-culture.org](http://www.carte-culture.org)



# Informations complémentaires aux règles de l'UHA

## I - Inscription pédagogique semestrielle

L'inscription pédagogique s'effectue chaque semestre par le biais d'une fiche pédagogique.

La fiche pédagogique est à rendre dûment complétée au bureau de l'administration du Master Information Communication dans la date limite de dépôt inscrite sur la fiche.

La fiche pédagogique du premier semestre doit obligatoirement être rendue à l'administration du Master, même si l'étudiant(e) n'a pas encore payé ses frais de scolarité.

## II – Modalités de contrôle des connaissances (MCC)

### Session 1

La session 1 se présente sous forme de Contrôle Continu (CC). L'évaluation porte sur des épreuves organisées en séance ou sur des travaux à rendre à une date convenue avec l'enseignant(e).

**Session 2 (session de rattrapage)** - Il n'y a pas de session de rattrapage systématique prévue en Master Information Communication.

L'attention des étudiant(e)s est attirée sur la politique du département Information Communication, qui voit un point retiré par jour de retard non justifié lors du rendu de travaux soumis à l'évaluation. De même, les modalités de dépôt de ces travaux, indiquées en cours, doivent être respectées (Rendu papier, envoi de fichier par mail, dépôt Moodle selon les modules), sans quoi ces derniers ne seront pas pris en compte dans l'évaluation.

## III – Gestion des absences

L'administration du Master est tenue de déclarer régulièrement les absences des étudiant(e)s boursier(e)s au Service de Scolarité Centrale qui transmet l'information au CROUS.

Les contrôles d'assiduité s'effectuent à chaque séance par le biais de feuilles d'émargement. La signature de la feuille incombe à chaque étudiant(e). Aucune signature ne sera prise ultérieurement.

La signature de la feuille d'émargement est obligatoire pour chaque épreuve (écrite ou orale).

Les justificatifs d'absence sont à fournir par courrier ou par mail ([odile.kpodeme@uha.fr](mailto:odile.kpodeme@uha.fr)) directement à l'administration de la formation dans un délai de 3 jours suivant le début de l'absence (cachet de la poste faisant foi). L'original est à fournir dans un délai de 2 jours suivant le retour en cours. Passé ce délai, les justificatifs ne sont plus pris en compte.

L'Université prend uniquement en compte les justificatifs portant le cachet d'une administration ou d'un médecin.

Les enseignant(e)s peuvent refuser l'accès en salle de cours à un étudiant arrivé en retard, quel que soit le motif. Ce retard se transforme automatiquement en absence injustifiée (sauf présentation à l'administration dans les 3 jours suivant le retard d'un justificatif officiel).

## **IV– Distribution des relevés de notes**

Les étudiant(e)s sont avisés le jour du jury (par mail et par voie d’affichage) de la date et de la manière dont les relevés de notes leur seront transmis.

Toute demande de duplicata doit être faite par écrit au secrétariat de la licence. Le duplicata vous sera remis dans un délai de 4 semaines.

## **V - Diffusion de l’information**

Le paiement des droits d’inscription donne aux étudiant(e)s l’accès à la messagerie de l’UHA.

Les étudiant(e)s accèdent directement aux emplois du temps par l’intermédiaire du logiciel ADE grâce à leur adresse électronique UHA. L’actualisation se fait toutes les 2 heures.

Les informations urgentes concernant l’emploi du temps (ex absence non prévisible d’un(e) enseignant(e)) sont transmises prioritairement par ADE, et si possible par mail et par voie d’affichage.

Les informations utiles au bon déroulement du cursus Licence sont communiquées par mail.

En cas de dysfonctionnement de votre messagerie électronique UHA, la personne à contacter est Monsieur Frédéric ROGER, informaticien de la FSESJ (bureau situé au rez-de- chaussée, aile droite du bâtiment - Tél : 03 89 56 82 82).

## **VI – Changement de coordonnées**

Les étudiant(e)s ont l’obligation de signaler tout changement d’adresse postale ou téléphonique en cours d’année à l’administration de la Licence.

## **VII – Étudiant(e)s ayant droit à des aménagements d’examen**

Aménagements particuliers d’études ou d’examens :

- Étudiant(e)s souffrant d’un handicap
- Sportif(ve)s de haut niveau

Ces étudiant(e)s doivent signaler leur statut en tout début d’année auprès de l’administration de la Licence, munis des justificatifs leur permettant de bénéficier de ces aménagements.

Des justificatifs sont fournis par les services de Médecine Préventive de l’Université pour les étudiant(e)s souffrant d’un handicap ou par le Service Universitaire des Activités Physiques et Sportives (SUAPS) pour les sportif(ve)s de haut niveau.

## **VIII – Étudiant(e)s Bienvenue en France (Campus France)**

Les étudiant(e)s ne devront plus se déplacer auprès de l’OFII pour passer la visite médicale. Cette mission a été confiée aux établissements publics d’enseignement supérieur.

Les étudiant(e)s étrangers primo-arrivants hors U.E. doivent effectuer une visite médicale et une radiographie des poumons. Ils doivent prendre rendez-vous auprès du Service de Santé Universitaire dans les deux mois qui suivent leur arrivée sur le territoire français. Lors de ce rendez-vous un bon de radiographie leur sera transmis.

La visite médicale et la radiographie sont gratuites.

## Dates importantes de l'année

- **Début des cours :** Lundi 5 septembre 2023
  - Pré-rentree : L3 M1 M2 lundi 4 septembre 2023
- **Vacances de Toussaint :** Du samedi 28 octobre 2022 après les cours  
au lundi 6 novembre 2023
- **Vacances de Noël :** Du samedi 23 décembre 2023 après les cours  
au dimanche 8 janvier 2024
- **Jury semestre 1 :** Jeudi 1 février 2024  
Affichage lundi 9 février 2024
- **Rentrée univ. Sem. 2** Lundi 15 janvier 2024
- **Vacances de février :** Du samedi 24 février 2024 après les cours  
au dimanche 11 mars 2024
- **Fin des cours sem. 2 :** L3 : samedi 20 avril 2024  
Master : vendredi 28 juin 2024
- **Stages/Alternances :**
  - L3 6-8 de stage semaines à partir de la fin des cours S2
  - Master IC (M1/M2) 4-6 mois de stage discontinu ou alternance,
  - M1 MEEF Stage massé du 20 novembre 2023 au 8 décembre 2023 - Stage filé du 29 janvier 2024 au 24 mai 2024
- **Soutenances :**
  - L3 19-20 juin ;
  - Master deuxième moitié de juin 2024 (session 1 pour les avancés), sinon septembre 2024 ;
  - M1-MEEF 21 juin 2024
- **Jury Session 1 semestres pairs :**
  - L3 : 26 juin 2024 ; affichage 28 juin 2024
  - Master IC session 1 : 3 juillet 2024, affichage le 5 juillet 2024 ; session principale 18 septembre, affichage le 20 septembre 2024 ;
  - 2<sup>ème</sup> session semestres impairs L3 : du 24 juin au 25 juin 2024
  - 2<sup>ème</sup> session semestres pairs L3 : du 26 au 27 juin 2024
  - Jury Session 2 semestres impairs et pairs L3 : 3 juillet 2024, affichage le 5 juillet 2024